

4. 南関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	◎	百貨店（店長）	・前年12月は行動制限がない時期で、大きく人流が増加した。帛省マーケットに加え、イエナカ消費も加わって、2階建ての売上増加要素となっていた。今年は外出機会が更に増加しているため、衣料品やギフトなども期待できる（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあることに加え、全国旅行支援など政府主導の経済政策が実行されることによって、観光による来街者の増加が見込まれる。また、外国人入国者数の上限撤廃やビザ免除などの水際対策緩和により、インバウンド消費も大きく期待できそうである（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が大分落ち着いてきて、10月は会社での食事会などの予約がところどころ入ってきている。今までは家族や少人数の仲間内での食事会だったが、団体予約もかなり入ってきているので、今月よりも良くなる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援やイベント割が発表され、旅行意欲を刺激することが見込まれる（東京都）。
	◎	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症対策としての出入国規制がほぼなくなり、一般の方の海外渡航もかなり増えてきている（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・来月から全国旅行支援が開始することと、海外の個人旅行のインバウンドについても自由化が進むということで、期待している。また、秋の修学旅行については堅調に推移している。プラス材料が多々あるので、良くなる（東京都）。
	◎	タクシー運転手	・高止まりしていた新型コロナウイルスの新規感染者数がどんどん減ってきており、年末にかけて人の動きが多くなってくるだろうという希望的観測もある。今の動きでいくと、今月よりは良くなっていくのではないかと（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・10月のイベントに対するレスポンスはすごく良い。一番苦戦していた飲食にも明るい光が差ってきている。新型コロナウイルスの感染第7波からすると、来街者数が随分戻ってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・新たな行事の予定があるようで、需要が高まる気配がある。
	○	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・日本人、外国人を問わず観光客の姿が以前より見受けられるようになってきているので、週末を中心に少し売上が上向きになると思われる。特に、外国人による土産需要での低単価文具商材のまとめ買いに期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・もう希望でしかない。良くなってくれないと困るし、新型コロナウイルス感染症も段々と下火になってきているので、希望に加えて、少しは良くなるのではないかと予測している。余りにもずっと悲しい思いばかりしているので、本当に良くなってほしい（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の影響を受けるものの、行動制限を行わないとの方針が出されていることにより、秋物商材の動きが更に活発化すると予測している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・年末に向けて来客数の増加、施策の強化を行うことにより購買意欲が上がっていくことが予想される。
	○	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第という不安定要素はあるものの、第7波のダメージを一定程度に抑えられたことや、下半期にかけてはクリスマスや年末年始などオケーション需要が多い季節的要因もあり、個人消費が大きく落ち込む材料が見当たらない（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・久しぶりの行動制限のないクリスマス、年末年始時期となるため、消費そのものは好調に推移するのではないかと。一方で、コロナ禍を経て、消費の在り方が多様化していることから、単純なモノ消費に客が飛びつかは未知数である（東京都）。	

○	百貨店（販売促進担当）	・既におせちなど年末需要品の動きの早さも見受けられる。結婚式、謝恩会など慶事にかかわる買物、問合せも増えている。インテリア、イェナカ生活の質の充実に向けた消費の継続に加えて、旅行、外出などの消費行動も活性化している。アート、絵画、宝飾、時計など高級雑貨の動きも継続している。インバウンド消費も個人レベルで徐々に復調の兆しがある（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	・物価上昇の影響は無視できないものの、アフターコロナとして、行動制限がないなかでの客の行動は、まだ衰えない。
○	百貨店（管理担当）	・周辺の開発が進み、住民が増加傾向にある（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	・パートの最低賃金上がり、収入が増える。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の発生前の状態には戻っていないが、来客数は確実に増えてきているので、期待したい。
○	コンビニ（エリア担当）	・冬場に行動制限を伴う規制が出なければ、新型コロナウイルス感染症の発生前である2019年頃までの水準に売上が戻っていきそうである（東京都）。
○	コンビニ（商品開発担当）	・全国旅行支援も始まるため、人の流れが活発になることを期待したい（東京都）。
○	コンビニ（従業員）	・特に、観光を後押しする施策や給付金などがあると、客単価が上がる。年末に向けて、日用品や食料品を買いだめする客も増えてくるかもしれない。夏の時期に比べると、秋以降は来客数、客単価共に増加してくる。
○	衣料品専門店（経営者）	・円安なので、越境ECなどに再び積極的に挑戦しようと考えている（東京都）。
○	衣料品専門店（統括）	・前年は11～12月頃からリバウンド需要で売上が伸びてきたため、ここから先、前年比で今月同様の売上が取れるとは考えにくい。
○	家電量販店（店長）	・土日に出かける人が増えている。観光地も人出が良くなっているので、相乗効果に期待している。物価の上昇が気になるが、商材の欠品がなくなれば、年末は良くなる。
○	家電量販店（店長）	・訪日客の流入による連鎖的な景気の持ち直しに期待している（東京都）。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・燃料油価格激変緩和措置の年内継続が決定し、全国旅行支援も開始するので、期待している（東京都）。
○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まりつつあると感じるので、来客数は増えていくと思う一方で、年末にかけてもうひと波あるかもしれない。
○	高級レストラン（営業担当）	・9月後半から、10～11月の予約問合せが徐々に戻りつつある（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・このまま秋の状況と同様に、晩秋、クリスマス、年末と継続できれば、円安や仕入価格高騰などの影響はあるが、売上としては上向き傾向になる（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が低く推移すれば、年末にかけて法人利用が伸び、前年より売上が良くなるかと推測している（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・店の売上は新型コロナウイルス感染症の発生前よりも少しずつ良くなってはきている。しかし、ケータリングはほとんどない。この先ケータリングが少しずつ増えてくれば、徐々に景気は良くなっていく。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・予約が増えてきていることと、年末に向かい居酒屋需要が伸びることが見込まれる（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・年末を含め、業績は更に改善の方向に向かうものと見込んでいるが、一方でこれから年末にかけて材料費を含む諸費用の値上げ圧力が進むものと思われ、利益の大幅改善は期待薄と判断している（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・国が新型コロナウイルス感染症対策としての行動制限等をかなり緩めてきているので、このまま継続すれば景気も少し良くなっていく。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・10月から外国人観光客規制の撤廃及び全国旅行支援が始まることにより、外国人や国内旅行者からの需要が期待できる。その反面、新型コロナウイルス感染症の分類が2類から変更されない限り、不安は拭えない。
○	旅行代理店（営業担当）	・全国旅行支援がスタートすれば更に活発になる（東京都）。

○	タクシー運転手	・昼間の利用は良いので、できるだけ無駄のない流れで仕事することである。会社の無線とタクシー配車アプリをうまく使うと、かなり仕事ができる。終電後は、ロングの客がいることが救いだが、利用の少ない深夜はまだまだ長く続くだろう。
○	通信会社（社員）	・CMの依頼が増加している。年明け、来年度の見通しが出てきている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の発生前までは戻らないにしても、転居数の回復基調は変わらず、インターネット、モバイル軸での契約数も回復傾向に向かうものとみている。
○	通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染症の悪影響も下降トレンドとなり、イベントなどの顧客接触チャンスが広がることで、総合的な契約数は徐々に伸長するとみている（東京都）。
○	観光名所（職員）	・秋口は天候も落ち着く。また、全国旅行支援で旅客が増えることを期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて初の年末年始が始まるので、客の勢いが戻ってきそうである。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・年末に向けて、財布のひもがやや固くなる（東京都）。
○	美容室（経営者）	・来月4年ぶりに祭りがあるので、幾らか変わるのではないかと。
○	住宅販売会社（経営者）	・基本的には、新型コロナウイルス感染症が収まり、ウクライナ情勢が改善しない限り、景気は良くならないと思うが、10月11日以降、入国時の規制が緩和されるため、多少良くなるのではないかと。
○	住宅販売会社（従業員）	・今月の販売量が悪過ぎるため、これ以上は悪くならないとみている。ただし、劇的に良くなることは考えられず、やや良くなる程度である。シルバーウィークでのキャンペーン展開により来場者数がやや増えたので、今月の来場者数の増加に比例して商談、販売につながるとみている。
○	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・1～2か月以内には以前から相談のあった仕事が決まるのではないかと。これをきっかけに、多少上向きになっていくと有り難い。
□	商店街（代表者）	・変わらないと答えたが、変わってほしいという気持ちが大い。今までの数字を見ていると、年間で利益を上げていくことが非常に難しい状況になってきている。ここで利益を良くしたい、何とか打破していかなければいけないという気持ち強い。そういう気持ちで臨まないと、景気は今一つ上向いていかないのではないかと。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・とにかく悪い状態がずっと続いていく。どうにかして新しいことを見つけようと思っているが、なかなか思うようにいっていない（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・今は売れる商材がなかなか見つからないため、売上もそれほど多く望めない状態である。それでも、10月は各メーカーの新製品発表の時期であり、これから年末に向けて新製品を売っていく予定である。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・景気が良くなるような要素がないので、今の景気の悪さが変わらず続いていくのではないかと。新型コロナウイルス感染症の影響もあるし、やはり世の中の販売媒体が変化してきたことも、悪くなっている要因である（東京都）。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・物価が上がっているため、値上げの分だけ売上も伸びているが、それ以上にいろいろな努力をしている。10月からの敬老パス用パスケースの特需などがあったが、今後そのような需要があるのかどうかは微妙なところである。また、原価や人件費も上がっていることを考えると、それほど利益的に良くなることはないのではないかと。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・都内の新型コロナウイルスの新規感染者数も増えたり減ったりで、早く通常の状態に戻らないと集客も今一つのようなところ。今のところそれしかやりようがない（東京都）。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・円安の影響があるものの、年度末に向けた受注量が続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・コロナ禍、ウクライナ情勢、円安等、景気に影響を与えると考えられる要因が顕在化しており、先行きは不透明である。また、値上げラッシュといわれるような現象が目に見える形となり、消費マインドに悪影響を及ぼす可能性もあることから、やや持ち直している現状から先行きがどうなるのか、判断が非常に難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の改善や、入国規制緩和によるインバウンド拡大と消費にプラス要素がある一方、円安、エネルギー及び食料品等の価格高騰の継続といったマイナス要素が続く若しくは強くなっていくため、大幅な景気改善までは見込めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・商材の値上げが相次ぎ、国内需要は不安要素が多い。徐々に緩和されている外国人観光客によるインバウンド需要に期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・現在の好調は、新型コロナウイルスの感染拡大による自粛からの反動要素が大きく、この状況がいつまで続くのかは不確定である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・旅行など外出機会の増加に合わせた需要増も若干は期待できるものの、10月以降も様々な商材の価格改定が予定されており、物価高に対する消費者の意識も非常に厳しいことから、景況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・外出着需要については回復傾向が見込めそうだが、食料品を中心に消費者が値上げに敏感になっており、地下食品売場での購買動向にマイナス与件が出る懸念がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症対策次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が更に続けば景気が良くなる可能性もあるが、物価上昇等の影響も想定されるため、結果として現状と同基調と見込んでいる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・政府の新型コロナウイルス感染症への対応の変化により、外出需要の高まりやインバウンド需要も想定されるが、当店周辺ではインバウンドは期待できないので、10月以降の値上げラッシュによる防衛意識の高まりで相殺されるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・基本となる電気代やガス代の値上げが継続している。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響などしているいろんな分野で値上げの動きがみられる。そういったことから、この先、客は財布のひもを締めていくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・10月にも値上げ要請があり、食品を始め約500品目以上の値上げが想定されている。したがって、客は安い店を探し、必要以外の物は買わないと予測しているため、3か月後も今と変わらず推移していくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・光熱費、外食等、食品以外の物も値上げになるため、食品自体の需要の落ち込みはないが、価格を重視した買い方に変わっていく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・商材の値上げに対する生活防衛感が相変わらず強い。したがって、安売りを目当てに来店する客も増えており、1回当たりの買物量も減ってきている。この傾向は続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いてきているが、まだまだ油断がならず、気温低下もあいまって感染第8波も予測されている。円安により輸入品の価格上昇やエネルギー価格の高止まりもあり、消費に回る金額は限定される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・給料が上がるところは少ないなか、税率だけはそのままなので、買い控えというより、もうそれしか買えないというような買物の仕方をしてきているようである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・制限や規制を緩和している部分もあるので、基本的には変わらない。ただし、繊維業界では、以前から続く値上げがこの先も続くことになっており、その影響で単価が上がるので、買い控えが見込まれる。変わらないかもしれないが、やや悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・物価高騰が大きく影響する。10月からもいろいろと値上げが続くようなので、衣料品にしわ寄せが来るような気がする。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・3か月後は、プラス面では足元の売上好調と新型コロナウイルス感染症の落ち着きがある一方、マイナス面では将来の不安要素であるウクライナ情勢、円安進行、燃料価格の高騰による電気料金の値上げと、それに伴う製品単価の上昇等もあるので、プラスマイナスゼロとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。前年度に比べて2割減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・売上はこのままの状態が続いていく。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・燃料を始め、食料品や身の回りの様々な物の価格が上がっているため、今後は買い控えが出てくるのではないかと懸念。新車は在庫不足のため値引きを交渉してくる客は少ないが、今後、いろいろな物価が上がれば、新車の値引きを強要するような客が増えてきて、粗利率が悪くなるので、大きく変わらないのではないかと懸念（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の生産が正常化しない限り、従来の収益は見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・良くなる情報がない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新車の供給が落ち着くまでは同じ流れではないかと懸念（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・家計に直結するような国の支援策が見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節が変わろうとしているが、どうも商材の動きが鈍い。恐らく来月もそうなのではないかと懸念。本当に切羽詰まらなないと、その商材を買いに来ない。客がある程度我慢しているような気がしている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数は増加してきているが、商品の値上がりで購買意欲を低下させていることもあり、販売量が伸びず、全体の売上は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価の上昇に伴い、消費者の財布のひもが固くなる。家計の総支出額＝施設の売上は変わらないにしても、企業業績の悪化から賃金上昇へのハードルが上がるので、余り良い方向ではない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症、戦争、円安、物価高騰で、外食人口の減少は否めない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も円安が続き物価がどんどん上がっていく。年明け以降もまた値上げの話があるので、新型コロナウイルス感染症が収束したからといって、決して良くなるものではない。本当に政府が何とかしてほしい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は大分少なくなってきたが、それでもまだ相当数の感染者が出ている。当社の客層は年配者がメインなので、まだまだ来客数は厳しい状況である。ロシアのウクライナ侵攻や円安等の影響による原材料の高騰で、営業利益が出るのはかなり先になりそうである。それまで会社が持つか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・しばらくは横ばいが続くと思うが、後半から暮れにかけては少し単価が上がっていくことを期待するしかない。ただし、戦争や、米国などの利上げが続けば、少し落ちてくる可能性は否定できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価が上がるといって話ばかりで、世の中に「新型コロナウイルス感染症が終息するので外に出て行こう」という雰囲気を感じられない。景気が悪いまま推移すると、飲食店はどんどん潰れていく。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、観光客なども増えてきているので、良くなってくると思うが、原料の高騰がまだに収まらず、再度値上げを検討しているため、買い控えが起こるのではないかと懸念（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は更に減少すると思うが、政府が新型コロナウイルス感染症の分類を2類から5類に変更しない限り、法人需要は戻らないとみている。海外からの入国者への規制緩和はもちろんだが、感染症法上の分類変更を早急にお願したい。原価や水道光熱費等の上昇も重くのし掛かり、経営を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・政府や市町村から、客自身に対しては支援金などが出ているようだが、なかなかそれを使ってまで行動しようという人は、今のところ当社では見受けられない。

□	タクシー運転手	・やはり物の値上がりが激しく、毎日の生活に必要な物を手に入れることだけで精一杯であり、客のタクシー利用にはなかなか回ってこないもので、この先はやや厳しい。
□	タクシー運転手	・季節も穏やかになり、タクシーの利用客は今後も変わらない（東京都）。
□	通信会社（経営者）	・半導体不足の影響により、この先数か月は機器の納品が遅れるため、身の回りの景気は変わらない（東京都）。
□	通信会社（社員）	・現時点で、MNOの優位を覆すだけの材料がない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	・物価高への対策が不透明なため、購買意欲が向上していく状況ではない。
□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
□	通信会社（経営企画担当）	・現時点では受注の増加が見通せない状況となっている。今後の景気回復を期待している（東京都）。
□	通信会社（局長）	・為替相場が不透明なことと、ロシアのウクライナ侵攻の終息がいまだに見えないことである。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息するまでは悪いままではないか。
□	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（エリア統括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による制限緩和の一方、物価上昇による個人消費の伸び悩みが懸念される（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・何とかしなくてはいけない。今までは新型コロナウイルス感染症という時代のせいにしてきたが、これからは各々の事務所の得意とするところを伸ばすような方法が良いのではないかと。当事務所では社員数が少なくなっているため、求人の営業、業務の営業ということでプラスに持っていこうと思っている。悪いなかでも努力を見いだせる時代ではないか。
□	設計事務所（経営者）	・景気が上向く気配は感じられない。しばらくは現状維持が続く。
□	設計事務所（所長）	・良くなっていく雰囲気はあるものの、改修工事ばかりで新築物件は少なく、設計業務としては良くなる見通しはない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染症以外のインフレ、紛争、戦争等の世界的な情勢が落ち着いてこない、上昇傾向にはならない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・特に良くなる要因も、また、悪くなる要因も見当たらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・余り大きく景気が良くなるとは思わない。まだまだ地価、建築費が落ち着いていないので変わらない。金融機関がどのように動くかによって、大きく変化がありそうである。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・10月から食品を中心に大幅な値上げがあり、また原材料も値上がりしているため、消費は厳しくなるのではないかと。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・値上げ続きで消費意欲が低下する。新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いてきているので、売出などはできるようになると思うが、必要な物以外は先に延ばすという傾向が強いのではないかと。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・各商材がかなり値上がりしてきているので、消費者としても同じ物であれば安い物を追い求めてくる。そうすると、技術的な物や質は低下するのが現状であり、非常に厳しい。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・物価の上昇が確実にになっている。それに伴う収入減少に対し、賃金上昇が余り認められないので、消費者の生活環境は大変厳しく、苦しさが増す（東京都）。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・酒類業界でも10月から値上げが始まる。値上げする割に、所得も売上も上昇していないことから、先行きは厳しくなる。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・今まで安価だった商材の値上がりが顕著で、売りにくい状況である。円安が続いているため、更に輸入品に影響が出そうである。
▲	百貨店（営業担当）	・原材料、原油高の影響に伴う取引先からの値上げ要請が非常に多く、物価高に歯止めが掛からない状況で、景気は後退すると予測している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・各種原料の値上げに伴い、消費マインドの低下がみられる。そのなかで売上が落ちるのではないかと懸念している（東京都）。

▲	百貨店（経営企画担当）	・値上げの影響はしばらく継続するとみている。最低賃金の改正等もあり、多少改善される見込みはあるものの、大きな期待はできない。10月中旬より外国人観光客の増加も見込めるが、先行きは不透明な状況が継続する（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・9～10月といろいろな商材の値上げが出てくる。今はちょうど途中なので駆け込み需要があるが、値上げ後はそれもなくなる。原材料費も上がっており、当然全ての単価が上がってくると思うので、客は買い控えをする。県独自のキャッシュレス決済キャンペーンなどの販促策も大体10月で終わってしまう可能性が高いので、確実にこれからは悪くなっていく。
▲	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、値上げに敏感になっている。この先も更なる食料品の値上げが控えているため、当面は消費が上向きになるとは考えにくい（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・マスコミの報道に客の感情、意識が大きく左右される。賃金が上がらない、いろいろな物が値上げになっているということで、財布のひもは非常に固くなる。9月最終週は、日持ちのする物の買いだめに走る客も一部にみられた。特に大きなイベント等がない限り、客の購買意欲は低いまままで推移する。
▲	スーパー（仕入担当）	・年末に向けて新型コロナウイルスの感染第8波が来ると専門家が注意喚起しているなかで、消費者物価がますます上がってくると思われるので、節約志向は更に強くなる。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・10月の大幅値上げにより、節約志向が更に強まる。
▲	コンビニ（経営者）	・各商品の値上げ等が続くため、販売量が落ちる。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足に加え、物価高のために客が大型ディスカウント店に流れ、コンビニはますます苦しくなる。改善の見込みもない。
▲	コンビニ（経営者）	・10月1日からまたあらゆる生活用品が値上げとなるため、それに伴い買い控えや買上点数の抑制などが起きている。現時点でも少しずつそうした状況が出ているが、今回の値上げで我々小売業はかなり打撃を受けそうである。また、収入が増えているわけではないので、かなり厳しい運営になるのではないかと。
▲	コンビニ（経営者）	・現在の物価上昇を抑え、社会全体の賃金が上昇するまで、景気が良くなる可能性を感じられない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物衣料品は値上げラッシュのため、客が買い控えをする。
▲	衣料品専門店（店長）	・原材料の高騰、円安、コロナ禍からの景気回復等、各種の値上がり要因により、10月1日から電気、ガス、生活必需品を中心に更なる値上げが見込まれ、消費者の生活防衛意識が高まるものと予測される。そのようななか、非日常の商品を扱う当社でも、10月から商材及び加工料金等の価格改定を実施することより、売上に影響するものとみている（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	・来客数が伸び悩み、消費者は必要な物しか買わなくなっている。物価高が月を追うごとに消費者の価格意識を高め、同じ物なら少しでも安く買いたい心理が増幅している。競合店との価格競争が以前より激しくなっており、利益を取ろうとすると売上が思うように上がらないという悪循環になっている。
▲	家電量販店（店長）	・商品価格上昇のなかで、娯楽品を中心とした買い控えが懸念される。消費を喚起する国の施策に期待が掛かる（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・生産台数に限りがあり、客も納車を待つことに嫌気が差している。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・サービス需要の著しい低下が予想される。合わせて生産にも不安要素が続く。
▲	住関連専門店（営業担当）	・10月の各メーカー値上げを前に駆け込み需要があり、9月までは好調に推移したが、値上げ後の反動減も予測され、厳しくなる可能性がある（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症がいつ収束するかはまだまだ見通せないなので、景気回復もまだ望めない。

▲	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・物価高からくる可処分所得の減少と将来不安から、購買意欲が高まっていない (東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	・このままロシアのウクライナ侵攻が継続すれば、国内の景気は悪い方向に行く。インバウンドが2019年当時くらいまで増えると、価格に対する消費動向は改善される (東京都)。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	・現在は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、経済活動も徐々に回復傾向だが、前年、前々年の年末年始は季節性の感染が拡大したことから、インフルエンザを含め、流行による感染拡大で景気停滞が起こり、景気はやや悪い方向に向かう。
▲	旅行代理店 (営業担当)	・物価上昇に対し収入が増えない。収入と支出のバランスが取れていない。
▲	タクシー運転手	・当エリアのタクシー運賃改定が決まり、令和4年11月頃実施とのニュースが流れてきた。普通車初乗り500円、加算料金100円になるようである。値上げ幅は小さくないようなので、先行きしばらくは思いやられる (東京都)。
▲	タクシー (経営者)	・物価高の影響が非常に大きい。新型コロナウイルス感染症の影響より大きいと感じる。
▲	タクシー (団体役員)	・政府の規制はなくなっているが、まだ人流の回復は期待できない。物価高も影響しているのかもしれないが、人出がない。新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりの感があり、人出は期待できない。
▲	通信会社 (営業担当)	・仕入値が高騰しているなか、当社の販売価格はなかなか上げられず、利益だけが減っていくので、当面の景気は良くない (東京都)。
▲	通信会社 (経理担当)	・生活費において、10月以降、電力やガス料金の上限が上がり続けるので、やや悪くなる。為替レートも悪材料として考えている。
▲	通信会社 (経営企画担当)	・急激な円安が物価高につながり、それによる買い控えや遊興費の削減で、徐々に当社への影響が出てくるのではないかと (東京都)。
▲	通信会社 (管理担当)	・状況が継続している分、見込顧客の経済状況の好転、接触機会の回復は期待しにくいいため、悪化すると予測している (東京都)。
▲	ゴルフ場 (経営者)	・10月以降に円安の影響で光熱費や食費などがどのくらい上昇するかを注視したい。
▲	ゴルフ場 (経営者)	・円安の影響や物資不足による値上げが相次ぎ、消費の単価が上がっているため、ゴルフなどのレジャーや余暇に回す費用は少なくなる。
▲	ゴルフ場 (経理担当)	・諸物価高騰の波は収束せず、固定費の増加が経営を圧迫している。価格転嫁も容易ではなく、今後も厳しい経営環境を覚悟せざるを得ない。
▲	競輪場 (職員)	・傾向が変わるきっかけが見えない。イベント等を行うことで盛り上げようと検討しても、売上に直結しない。
▲	その他レジャー施設 [総合] (広報担当)	・新型コロナウイルスの感染第8波の発生による来場者減少が懸念される (東京都)。
▲	その他レジャー施設 [映画] (営業担当)	・円安が進み、物価上昇も止まらない (東京都)。
▲	美容室 (経営者)	・値上げが相次いでいる。
▲	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・ますます景気が悪くなり、商品購入が減る。買い控えが起こり、消費意欲もなくなる。
▲	その他サービス [学習塾] (経営者)	・新規の問合せ件数は増えているものの、客の反応から客単価が上がらない。
▲	住宅販売会社 (総務担当)	・好転すると判断できる材料がない。
▲	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・建築資材の動きは堅調のまま推移する見込みではあるが、供給メーカーの集中と原材料価格の高騰が重なり、必要なタイミングで材料がそろわない悪循環が発生し、景気を下向させる恐れがある (東京都)。
×	商店街 (代表者)	・この先がどうなるか分からない。
×	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	・マスクを外す生活に戻れないと、外出や外食を控える人が多い。
×	スーパー (経営者)	・10月から加工食品の価格が軒並み上がってくる。現在は生鮮食品中心だが、それに加えて加工食品まで値上がりすると、更に客の買い控えが響いて、景気が悪くなる。
×	コンビニ (経営者)	・物価高騰の影響が出てくる (東京都)。

	×	衣料品専門店（店長）	・春頃の商談商材は物流経費分の増加で抑えられていたが、ここに来て春～夏に商談した商材の原価が1割ほど上昇してきているため、価格転嫁は避けられない。
	×	衣料品専門店（従業員）	・円安や物価の上昇の影響が大きくなり、客の財布のひもはますます固くなる。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・10月以降の値上げが、今年一杯は影響する。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・外国人観光客受入れの規制緩和により、高級食材の争奪戦がますます加速し、更なる物価高騰が懸念される（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国は強引な金利政策により株価が低迷し、英国も国債の増発による無理な減税策でトリプル安が進む。ユーロ圏においてはロシアのウクライナ侵攻の影響でエネルギー供給難となり、ドイツが最も苦境に立たされ、蓄えも減少する。年末辺りには、これらの影響が日本にも及ぶのではないかと。さらに、中国経済も規制強化による投資への締め付けが厳しくなっているため、世界に分散する投資家が損切りを余儀なくされ、バブル崩壊的不況に陥る危険性がないとはいえない。日本経済は、マクロ面では円安によりGDPが増え、大企業は資産評価増で財務状況は良くなるだろうが、中小零細にとっては厳しい冬となる。
	×	通信会社（管理担当）	・物価高により消費が低迷する。
	×	ゴルフ場（従業員）	・内閣支持率の低下で、政治の混乱が予想される。政権が安定しないと、景気回復が遅れてしまうことが懸念される。
	×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・景気が悪くなってきているので、親から退塾したいと連絡のある生徒が増えている。
	×	設計事務所（所長）	・世界情勢、国内情勢の影響で物価がどんどん上がっている。特に、円安の影響から、これから事業、工事発注が難しくなる。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月までは受注量が増える予定である（東京都）。
	◎	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・ホームページを見たという新規客からの電話が多くなっており、取引先からの紹介も増えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、全体的に物事が動き出してきていると実感している。
	○	化学工業（総務担当）	・インバウンド需要が回復すれば、多少なりとも需要回復が期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・当社製品の中には省エネ、省力化をうたった物が何点かある。これらが今後もますます注目されるのではないかと（東京都）。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車業界を取り巻く半導体不足は思いのほか影響が大きく、生産が本格化するには時間が掛かりそうである。歩みは遅いが、徐々に回復していく見込みである。
	○	金融業（従業員）	・円安による外国人観光客の増加も見込まれることから、景気は良くなる。
	○	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数により減少傾向がみられてきていることから、景気も多少改善傾向となることを期待したい（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・業界全体に言えることだが、人手不足を解消できないと横ばいが続く。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・出入国規制の緩和に伴い、インバウンドに対する期待感がある。
	□	食料品製造業（経営者）	・外で飲む機会が増えると思うので、良くなる部分はあると思うが、ここで値上げをするので、相殺されるのではないかと（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	・値上げが続いているためか、客に買い控えがみられる。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当店の客は大きく分けて法人客と、実印や銀行印の個人客とがある。個人客は相変わらず低いところで落ち着いている。法人客は10月からの組織変更ということもあっての一時的な特需ではないかとみている。そのため、この先ずっと上向きというよりも、変わらないのではないかとという見通しを立てている（東京都）。
□	化学工業（従業員）	・年末に値上げを予定しており、厳しい状況は変わらない。	

□	プラスチック製品製造業（経営者）	・来月もいろいろな物の値上げが予定されている。そうでなくとも今は受注量が大幅減っているため、3か月先は今と同じように悪いままではないか。余り期待はできない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んでいる化粧品容器の受注には回復傾向がみられないが、医療品容器に関しては少しずつ改善がみられるので、期待している。
□	精密機械器具製造業（経営者）	・円安、輸入品のコスト高により、インフレが懸念される。
□	その他製造業〔靴〕（経営者）	・今、世界は大変な状況にあり、原材料の値上がりなども耳にはしている。とはいえ、今すぐどうこうという状況ではないので、その点は安心している。
□	輸送業（経営者）	・今後数か月で状況が改善する見通しはなく、今後も現状のまま推移していくと、体力の乏しい零細事業者にとっては厳しさが増すものと懸念される（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷している。輸出量も全くない状態が続いている。今後もこの状況が続く予想である。
□	通信業（広報担当）	・物価高の影響で回復の勢いは鈍化する見込みである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・製造業の事業者からは、「せっかく受注が回復しても、価格高騰や原材料不足により生産が納期に間に合わない」との声が聞かれる。原材料価格の高騰やゼロゼロ融資の終了など、経営環境の不透明さが増すなか、各事業者は価格交渉や販路拡大など、今できる対策に注力している（東京都）。
□	不動産業（経営者）	・諸物価の高騰、経済状況、地政学リスクは続くが、当テナントビルの入居率に変更はないものとみている。住宅販売業者の話では、物件の確保に難儀しているが、この好況は続くのではないかとのことである。
□	不動産業（従業員）	・現状、不動産価格においては下落要因がなく、下がる可能性が非常に低い（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・飲食系テナントから、短縮していた営業時間を1時間程度戻したいという前向きな話も出ているが、相変わらず土日の休業は継続する店舗も多いので、2～3か月先の景気回復は見込めない（東京都）。
□	広告代理店（経営者）	・どの業者からも、食材や資源価格の高騰で苦しんでいるとの声が聞かれる（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	税理士	・年末の忘年会予約は好調のようで、新型コロナウイルスの感染第8波の到来まではこの状況が続くとみている。円安による物価高騰への手当てが必要である。
▲	金属製品製造業（経営者）	・これから年末にかけて仕事の確保に力を入れ、見積依頼が来たら早く受注に結び付けられるように努力するしかない。生産設備の修理などの仕事を中心に、営業に努力する。
▲	金属製品製造業（経営者）	・無理な賃上げやエネルギー価格の上昇、物価高により仕入れなどの経費が増えることで悪くなっていく。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先が新規受注のコントロールができていない傾向が続くようだと、どこかで仕事量が一気に減る可能性がある。
▲	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の価格下落が現在のスピードのまま進むと、業績の悪化から、個々人の景気としてやや悪い影響が出てくると想像する。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・販売数はそこそこだが、仕入商材の値上げ、円安の影響で、利益率の悪化が深刻になっている（東京都）。
▲	建設業（営業担当）	・前月と変わらず、価格の上昇傾向が続いている。
▲	輸送業（経営者）	・円安、物価高、戦争、エネルギー確保等の諸問題を同時にクリアしていくことはできない（東京都）。
▲	金融業（従業員）	・半導体の部品減少、欠品を理由に、物の値上げが想像以上に広がり、便乗値上げも横行し、中小企業は大変困惑している。
▲	金融業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ続くが、観光業への補助により、人出が増加するので、若干持ち直すと思われる。ただし、10月以降の食品等の値上げや、燃料費の高騰、高止まり等があり、小売業や運送業はダウンする。円安の影響もあり、景気はやや悪くなるのではないかと。新型コロナウイルス感染症が収まっても、テレワークは継続し、法人の貸貸は厳しいままで変わらない。また、大きな飲み会等を控える傾向も続くと思われ、飲食店はまだ厳しい状況が続く（東京都）。

	▲	不動産業（経営者）	・昔の話だが、建て売りが3年くらい売れなかった経験がある。適正に売却されることを祈っている（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・物価が高騰している（東京都）。
	▲	広告代理店（営業担当）	・円安の加速が各社の宣伝費に大きく影響してくる。また、ウクライナ情勢が落ち着かないことも不安要素である（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・円安などの影響を更に受ける可能性がある。
	▲	経営コンサルタント	・取引先の機械金属加工の受注増加は一時的なものと思われる。仕入れやその他の経費増加を吸収するための、社内の抜本的な改善や新規受注開拓など、競争がより厳しくなる見込みである（東京都）。
	▲	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・来月からまた追いかけるように原材料等の値上げがあり、低迷状態がしばらく続く。
	×	建設業（経営者）	・中小企業向けの景気対策がどうなのか今一つ分からない。物価や公共料金がどんどん上がっていき、給料だけが上がらないのが現状である。それを考えると、これからまた景気が悪くなる。
	×	建設業（経営者）	・消費意欲が減退する。
	×	建設業（経営者）	・先々の物件もなく、先行き不安である。
	×	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・最低賃金の上昇に伴い、賃金と新規募集金額が上がるので、利益を圧迫する（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・物価の上昇に賃金が追いついていかないので、今後は財布のひもが固くなり、悪循環になるのではないかと（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・2022年下期も求人数は増える見込みである（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・コロナ禍も含め、毎年秋以降、年度末に向けて派遣求人、派遣稼働者数が増加傾向になる。企業からの派遣求人数増加の可能性があるとの情報もあり、プラス方向で推移するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症の発生前と同様の水準に戻るまでには、もう少し期間が必要である（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が底を打った感はある。毎月徐々に増えているため、このまま上り調子になっていくのではないかと。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一応、年末にかけての計画を30件以上もらっているため、期待している。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少と、軽症化による経済の活性化が原因である。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は現状のままで推移し、人材不足の状況が続くそうである。
	□	人材派遣会社（社員）	・会社の業績に変化はなく、周囲の消費動向も以前と変わらず低調なので、新型コロナウイルス感染症や円安の影響は余り受けていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・年末にかけて、特に求人に関する大きなイベントがなく、通常月と同様の推移となる見込みである。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・製造業では環境配慮のテーマにこたえるため、今後も開発が継続し、エンジニアニーズは変わらず多いと予測される（東京都）。
	□	求人情報製作会社（経営者）	・規制緩和策や賃上げ、消費者物価の上昇などの良いニュースと、為替介入や株価不安定などの懸念される経済ニュースが混ざっているため、まだまだ手探り感はある。年内はこの状況が続くような気がする（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・ここ数か月では求人数は変わらない。年末になれば当然求人数は減るが、大きなくくりで見ると景気は平行線といった印象である。恐らく新型コロナウイルス感染症の影響は余りないのではないかと。若しくは、新型コロナウイルス感染症と共存していく上でのやや良い景気というもの、今後も続いていくのではないかと感じている。求人数は景気と直結するものがあるので、どのようにしたら求人数が増えるくらい景気が良くなるのか。景気対策の施策などに注目している。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・円安など不安要素があるが、当業界では現在と同じような景況感が続くのではないかと（東京都）。
	□	職業安定所（職員）	・前年度と比較して4月以降の求人数が増加しており、企業の採用意欲も改善しているが、各月の就職者数には浮き沈みがあり、求職者の応募に慎重な様子がうかがわれる。資源価格等の上昇は当面続くことが見込まれ、業績次第では企業の採用意欲に陰りが出ることも懸念される。

□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月比で1.8%減少しているが、前年比では8.8%増加しており、9か月連続で前年同月を上回っている。有効求人倍率は1.09倍で、前月から0.05ポイント上昇し、前年度の平均を上回っている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・内定辞退やインターン参加率など、年明けの学生の反応を見ながらの準備で、少し積極性が出てくるのではないかと（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・資源問題の経済への影響は、業種による大きな変化はみられない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・依頼内容が変わる要因は見当たらない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・派遣採用市場の求人数が伸び悩み始めていることに加え、派遣労働者の採用活動も厳しくなっており、今後悪化する可能性が高まっている（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の終息により関連の大型案件が減少する（東京都）。
▲	人材派遣会社（支店長）	・ウクライナ情勢による影響や円安など、企業業績を圧迫する材料しかないため、人材需要が停滞すると見込んでいる。民間は厳しく、官公庁案件次第となっており、見通しは厳しい（東京都）。
▲	求人情報誌製作会社（所長）	・少しではあるが、一定の職種で募集が増えてきている。
▲	職業安定所（職員）	・円安、原材料高、原油高に伴う輸送コスト高による業績悪化の声が多くの企業から聞かれる。一部では採用計画の見直しや削減も進んでおり、雇用情勢は悪化する恐れが高い（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・値上げされる物が多い（東京都）。
×	—	—